

4

El lead de la noticia:

Muchas puertas que abrir

El presente artículo es una reproducción autorizada del folleto "Effective Writing and Editing" (Escribir y editar con eficacia), publicado por el Instituto Americano de Prensa. Su autor es Elwood M. Wardlow, director adjunto del Instituto.

Algunos escritores lo hacen en el papel, otros en su mente, pero los buenos periodistas siempre organizan el material antes de comenzar a escribir.




En cada noticia hay que responder tres preguntas básicas:

1. ¿Qué tipo de lead?
2. ¿Cómo se va a narrar?
3. ¿En tercera persona o primera?

Exploremos cada una de estas cuestiones por su orden.



El primer párrafo

El propósito del lead es adentrar al lector en la noticia de manera sencilla y atractiva. De los tipos básicos de lead, los de uso más frecuente son:

A. El resumen, un panorama de los hechos y sus consecuencias. Por ejemplo: "El Ayuntamiento aprobó un presupuesto de $100 millones por estrecho margen ayer. El presupuesto, superior en $10 millones al del año pasado, aumentará los impuestos del propietario de vivienda medio en $142."

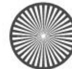
Aquí están los principales elementos de la noticia: quién (el Ayuntamiento), qué (aprobó el presupuesto), cuándo (ayer) y cómo (por estrecho margen). Los párrafos siguientes deben ofrecer más detalles sobre estos elementos y además decir por qué (los pros y los contras) y dónde (que en este caso no es principal pero debe mencionarse al describir la escena e informar sobre la afluencia de público).

La mayor parte de los leads a modo de resumen contienen tres o cuatro de estos seis elementos fundamentales. No trate de incluir los seis; el resultado puede ser demasiado denso. Relegue al segundo y tercer párrafos







K

parte de esa carga.

B. Singular. En este tipo de lead se destaca algún aspecto importante. Por ejemplo: "Si Ud. es propietario de una vivienda media en esta ciudad, el impuesto por su propiedad aumentará en $142 el próximo año."

C. Dramático. Ejemplo: "El concejal David Jones hizo una larga pausa esta mañana cuando le llegó su turno para votar sobre la propuesta de $100 millones de presupuesto para la ciudad. La votación estaba empatada a tres y su voto significaba el desempate. En el expectante salón su voz apenas se escuchó al pronunciarse: 'Sí'".

D. La cita. Ejemplo: "La ciudad tiene muchas necesidades", dijo el concejal David Jones al explicar su voto sobre el nuevo presupuesto de la ciudad. "No me quedó más remedio. Tuve que votar a favor."

E. Descriptivo, de ambiente, colorido: Ejemplo: "Al alcalde Brown pareció que se le cortaba la respiración. Su rostro estaba tenso; las manos le formaban un nudo: el Ayuntamiento iba a votar su propuesta de presupuesto, donde se centraban todas sus esperanzas para el año entrante, y sabía que la votación sería por estrecho margen."

F. Demorado. Este lead suele ser personal o basarse en un ejemplo de este tipo: "William y Dorothy Smith estaban en el público ayer cuando el Ayuntamiento aprobó un presupuesto de $100 millones para el año próximo. Bien sabían lo que les esperaba: un impuesto más alto, y la posibilidad de tener que posponer la compra del nuevo alfombrado."

G. De reacción o seguimiento. Ejemplo: "Circularon peticiones ayer de elecciones anticipadas para deponer al alcalde Brown a sólo horas de que el Ayuntamiento aprobara un nuevo presupuesto que implicará mayores impuestos."

H. De análisis. Ejemplo: "El alcalde Brown ganó la batalla por el presupuesto pero podría terminar perdiendo su cargo."

I. Estado de la situación. Ejemplo: "Terminada la batalla por el presupuesto anual, éste es el cuadro financiero de la ciudad para el año entrante."

J. De pregunta. Ejemplo: "¿Qué habría sucedido si el concejal David Jones hubiera votado 'no' en vez de 'sí' en relación con la propuesta de presupuesto del Alcalde?"

K. De cápsula. A veces con sólo una o dos palabras: "Aumentan los impuestos."

Hay muchos otros tipos de lead, entre ellos: sorpresivo, de contraste, incitadores, de acontecimientos futuros, estadísticos, anecdóticos, narrativos y rememorativos.

Al seleccionar el tipo de lead, pruebe a escribir tres o cuatro y luego decida cuál es la más recomendable. Tenga en cuenta lo siguiente:

1. ¿Se trata de una noticia fresca? De ser así, ¿cuál es la mejor manera de destacar lo principal sin demora? Si sucedió ayer, ¿cuál es la mejor manera de hacerla interesante hoy?

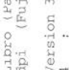
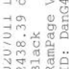
















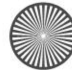












2. ¿Es una noticia simple o compleja?
3. ¿Es sobre personas o acontecimientos?
4. ¿Cuánta información posee ya el lector acerca de la situación?
5. ¿Qué está en juego para el lector?

Sea cual fuere su opción, evite el preciosismo. Opte por informar más que por deslumbrar.

¿Cómo se organiza el resto de la noticia?

Ahora que ya tiene escrito el lead, ¿cómo se narra el resto de la noticia?

La dificultad es organizar los elementos de modo que formen un todo interesante y coherente. Eso no puede dejarse a la improvisación: se necesita un plan.

El método tradicional de abordar en detalle el desarrollo de la noticia es la pirámide invertida. La información más novedosa e importante va arriba, y va quedando lo menos principal o menos interesante para el final.

Dicha estructura suele ser cómoda para el lector, que puede enterarse enseguida de lo principal y abandonar la noticia en cualquier punto sin perder los elementos fundamentales.




Pero cuando el periodista decide que el criterio principal al estructurar la noticia es por orden de importancia, la cronología y la narración pueden confundirse. Los elementos cronológicos se tergiversan, las relaciones entre las distintas partes de la noticia pueden hacerse confusas. En noticias complejas la pirámide invertida es una dura prueba para las habilidades del escritor.

Dentro de la pirámide, el flujo de la información puede adoptar muchas formas, pero quizás lo más cercano a una forma "normal" es la siguiente:

1. Lead resumido, basado en acontecimientos recientes.
2. De dos a cuatro párrafos más que aporten más detalles sobre dichos acontecimientos.
3. Un párrafo de antecedentes o de enlace en que se relacionen los nuevos sucesos al contexto general o a lo ocurrido antes. Esto no suele quedar por debajo del sexto párrafo.
4. Informe adicional sobre los nuevos sucesos.
5. Antecedentes adicionales o perspectiva.



Entre otros criterios para organizar la noticia están:

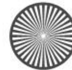
A. **El cronológico.** Después del lead se cuenta lo ocurrido mayormente siguiendo el orden de los hechos.

B. **Serial o episódico.** Después del lead, enumere los elementos principales y luego explore cada uno a su vez. Al final todos deben quedar entrelazados.

C. **Demorado.** Una introducción preparatoria o un ejemplo precede a





los acontecimientos ocurridos. No se demore demasiado o el lector pasará a otro asunto.

D. **De suspense.** El final de sorpresa es un giro contrario a la pirámide invertida. En él se cuenta lo sucedido pero ocultando los resultados hasta el párrafo final. No puede abusarse de este tipo, pero téngalo en cuenta para hechos que den un giro sorpresivo o humorístico.

E. **De crónica.** El propósito es trasmitir tanto información como impresiones. Los factores cronológicos son menos intensos y lo personal o humano suele ser más relevante. Se trata de dibujar un cuadro en la mente del lector. Plantee una premisa central, enúnciela al principio y manténgala hasta el final. Alrededor de esa premisa aporte suficientes elementos de juicio, anécdotas, analogías, ejemplos, citas y descripciones para completar la idea.

F. **De análisis.** Suele adoptar el siguiente patrón: a) descripción del problema; b) recuento de los participantes y qué actitudes asumieron; y c) hipótesis sobre lo que pudiera ocurrir en lo adelante y qué repercusión tendría. El comentario lleva el análisis un paso más lejos: el periodista o la publicación también asumen posiciones.

G. **Columnas y reseñas.** Las formas son muchas. Todo vale, siempre que el lector pueda identificarse con lo escrito, cumpla el objetivo del periodista y esté bien redactada.




Al estructurar la noticia, convendría preguntarse:

1. ¿Hay algún tema concreto al que el periodista deba apegarse?

2. Si hay algunos elementos que se alejen de esa línea temática, ¿sería conveniente a) tratar de enlazarlos de todos modos; b) desglosarlos en otras noticias; o c) desecharlos del todo?

3. Las citas y el diálogo, ¿ayudarán a que fluya la noticia y servirán de puentes? ¿Caben las preguntas y respuestas?

4. ¿Servirá la enumeración para afianzar la narración?

5. ¿Tiene o puede encontrar anécdotas y ejemplos?

6. ¿Hay necesidad de introducir elementos de equilibrio (ataque y defensa, argumento y refutación)? ¿Puede enfocarse eficazmente dicho conflicto o contraste?

7. ¿Qué podrá decir el titular de la noticia? La estructura que tiene en mente, ¿está a tono con el sentido del titular?

8. ¿Puede hacerse un croquis de los hechos? En narraciones complicadas trate de dibujar un diagrama como si fuera un árbol genealógico. Al narrar un gran asalto a un banco, escriba "asalto" en un círculo en el centro. Del círculo saque una línea y llámela "banco". De la línea principal saque ramificaciones para la ubicación, el tamaño, los empleados, asaltos anteriores, seguridad, etc. Trace otra gran línea desde el círculo para los asaltantes y ramificaciones para los datos que tenga de ellos, y otros sistemas sinópticos

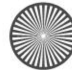






K





para los demás grandes componentes de la noticia. Con este proceso suele simplificarse el desarrollo de la narración.

¿Tercera persona o primera?

La mayoría de las noticias se escriben en tercera persona. El periodista da su versión de los hechos, pero no participa.

La primera persona suele reservarse para las siguientes situaciones:

1. Columnas. Cuando el periodista se convierte en una personalidad pública, el 'yo' suena más fácil y natural.

2. En experiencias dramáticas en que haya participado el redactor: "A medida que la negra espiral del tornado se acercaba, mi mente se agitaba pero mis piernas no se querían mover."

La primera persona puede ser una forma conmovedora de narrar una historia. Ahora bien, asegúrese de que realmente haya una noticia que contar, algo con lo que pueda identificarse el lector. Este se interesará por saber lo que Ud. pudo ver en el gran incendio, pero no le cuente cómo pasó sus vacaciones de verano.






020711 Libro (Page 25) Created: 7/2/02 8:34 AM By: QuarkXPress(R) 4.1
2438.39 dpi (Fuji Luxel F9000 NEG, Right-Reading, Mono, Std-OVP Simulated Spot Colors) [, Scaling Percent: HT 100 WD 100 \rsi\lut\ G:150@45] bleed: 0.125 margin size: 0.375
Black
RamPage Version 3010.0 Revision (Mar 8 2002 15:03:57) System Build: Build: #43
ID: DanG4 :



